

**ANALISIS PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT SKH JAWA POS-RADAR BOJONEGORO
BERDASARKAN CIRI DEMOGRAFIS KONSUMEN
DI BOJONEGORO**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

kk
B 108 / 03
Mul
a



DIAJUKAN OLEH

**ENDAH MULYASTUTI
No. Pokok : 049936630**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SKRIPSI

**ANALISIS PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT SKH JAWA POS-RADAR BOJONEGORO
BERDASARKAN CIRI DEMOGRAFIS KONSUMEN
DI BOJONEGORO**

DIAJUKAN OLEH
ENDAH MULYASTUTI
No. Pokok : 049936630

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



DRS. Y. LILIK RUDIANTO, MBA



TANGGAL.....

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL.....

ABSTRAKSI

PT. Jawa Pos sebagai pemain lama pada industri media massa, berusaha menyesuaikan produknya dengan keinginan konsumen. Salah satunya dengan menyajikan halaman khusus untuk berita-berita daerah yang kemudian diberi nama Radar. Nama Radar disesuaikan dengan nama masing-masing daerah. SKH Jawa Pos-Radar Bojonegoro adalah salah satu dari produk PT. Jawa Pos. Penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen atas atribut-atribut SKH Jawa Pos-Radar Bojonegoro. Atribut-atribut yang diteliti adalah aktualitas berita, penyajian berita, nilai artistik dan harga. Selain itu juga membedakan sikap konsumen tersebut berdasarkan karakteristik demografis mereka, antara lain tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jenis pekerjaan mereka.

Sikap konsumen terhadap masing-masing atribut diukur dengan menggunakan model multi atribut Fishbein. Dan untuk membedakan sikap konsumen menurut masing-masing karakteristik demografis diukur menggunakan Kai Kuadrat (*Chi Square*) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut SKH Jawa Pos-Radar Bojonegoro rata-rata bernilai positif. Sikap konsumen terhadap aktualitas berita bernilai sebesar 1,70, sikap konsumen terhadap penyajian berita bernilai sebesar 0,46, dan sikap konsumen terhadap nilai artistik sebesar 0,72. Sedangkan untuk harga, sikap konsumen sebesar 0,74. Perbedaan yang diukur menurut Kai Kuadrat diperoleh hasil untuk aktualitas berita, penyajian berita, dan nilai artistik masing-masing menolak hipotesis awal sehingga ada perbedaan sikap konsumen pada tiga atribut tersebut untuk masing-masing karakteristik demografis. Sedangkan untuk atribut harga diperoleh hasil untuk tiap karakteristik demografis menerima hipotesis awal sehingga tidak ada perbedaan yang signifikan untuk sikap konsumen berdasarkan masing-masing karakteristik demografis.